

**TUGAS AKHIR**

**PERANCANGAN KOMIK WISATA KULINER  
PADA UNCONVENTIONAL MEDIA  
UNTUK MERDESA RESTO YOGYAKARTA**



**KARYA DESAIN**

**Oleh:**

**Hariz Irfan Saniy**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
JURUSAN DESAIN  
FAKULTAS SENI RUPA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
2016**

Jurnal Tugas Akhir Desain berjudul :

**PERANCANGAN KOMIK WISATA KULINER PADA  
UNCONVENTIONAL MEDIA UNTUK MERDESA RESTO**

**YOGYAKARTA** diajukan oleh Hariz Irfan, NIM 0911889024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggungjawabkan di depan Pembimbing I dan II dan mengetahui Ketua Program Studi pada tanggal 20 Januari 2016 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.



n Studi  
nggota

M.Sn.  
2 1 001

## ABSTRAK

### PERANCANGAN KOMIK WISATA KULINER PADA UNCONVENTIONAL MEDIA UNTUK MERDESA RESTO YOGYAKARTA

Daerah Istimewa Yogyakarta atau Jogja, dengan predikatnya sebagai Kota Budaya, Kota Pelajar dan Kota Wisata, mempunyai daya tarik tersendiri sebagai tujuan destinasi. Para pendatang pun turut menambah hiruk-pikuk nya Jogja, baik itu untuk menimba ilmu atau sekedar berwisata. Julukan Kota Pelajar terbukti dengan banyaknya sekolah-sekolah maupun perguruan tinggi yang tersebar dimana tiap tahunnya dapat menyedot anak didik baru dari berbagai daerah dan faktor ini menjadikan Jogja banyak dihuni oleh anak muda. Sedangkan dalam hal pariwisata, banyak objek menarik yang tersebar di lima wilayahnya, baik itu wisata budaya, wisata alam, dan juga tak ketinggalan wisata kuliner, karena kuliner tak bisa dipisahkan dari kegiatan wisata.

Karena makan merupakan kebutuhan pokok manusia, maka hal ini merupakan peluang untuk membuka usaha dibidang kuliner. Ada sebuah tempat makan baru di Jogja selatan bernama Merdesa Resto. Tempat makan ini menyajikan hidangan *Halal* dengan konsep masakan *Java-Nusantara & Asian Fusion Cuisine*. *Image* yang ingin ditampilkan di masyarakat adalah sesuatu yang ber-tradisi, dengan mengangkat Budaya Kuliner Nusantara. Karena tempat ini masih baru, maka dalam strategi pemasarannya sangat diperlukan promosi beserta media pendukungnya. Hal ini guna menginformasikannya kepada masyarakat serta menarik minat.

Berangkat dari permasalahan tersebut maka dibuatlah komik strip dengan tema Wisata Kuliner yang diaplikasikan pada *unconventional* media dan diarahkan sebagai cinderamata sekaligus menjadi media pendukung promosi untuk Merdesa Resto. Selain itu, dalam versi digital komik ini nantinya juga akan dipublikasikan secara viral melalui media sosial di internet untuk menarik minat masyarakat. Membidik anak muda yang dekat dengan internet sebagai *target audience* nya, Komik dianggap mempunyai kekuatan tersendiri dalam menyampaikan pesan, dan komik yang berjenis strip mampu merangkum sebuah pembahasan dalam satu seri dengan sekali baca. Dengan perancangan Komik strip ini diharapkan dapat menyajikan sebuah hiburan yang didalamnya terdapat pengetahuan tentang Budaya Kuliner Nusantara guna menambah wawasan dan juga sebagai media pendukung promosi dari Merdesa Resto dengan menciptakan USP (*Unique Position Seling*).

Kata Kunci : Komik strip, *Unconventional media*, Budaya Kuliner Nusantara

## **ABSTRACT**

### **DESIGN COMIC "CULINARY TRAVEL" WITH UNCONVENTIONAL MEDIA FOR MERDESA RESTO YOGYAKARTA**

*Special Region Yogyakarta or Jogja is well-known as Culture City, Student City and Tourism City has its own charms as a destination. The newcomer itself adding the hustle bustle in Jogja, whether it just for study, or for traveling. The Student City nickname itself has proven with many school or college lies in everywhere which is every year could take new student in from various area, this factor makes Jogja inhabited by young people. While in tourism things, many interesting object that lies in Jogja area, whether it is culture travel, nature travel, or culinary travel that can't be part from travel activity.*

*Because food is one of human basic needs, that's why it become a chance to make culinary bussiness. There is a new restaurant in South Jogja named Merdesa. This place serves halal food with Java-Nusantara and Asian Fusion Cuisine cook concept. The image that they want to show is something with tradition, by showing Nusantara Culinary Culture. Because it is a new place, that's why their marketing strategy needed promotion and supporting media. Not just to informs but also to attracts the people.*

*Based on that problem, that's why comic strip with Culinary Travel theme applied to unconventional media and used as souvenirs also as the promotion supporting media for Merdesa Resto is made. Beside that, in its digital comic version also will published by viral through social media in internet to attracts the people interest. Targeting young people that close to the internet as the audience, comic considered has its own power to deliver the message, and comic strip kind could embraces all problem in one series by read once. With this design comic strip is expected could served an amusement with useful education about Nusantara Culinary Culture inside and also as promotion supporting media from Merdesa Resto with create USP (Unique Position Selling)*

*Keywords: Comic strip, Unconventional media, Nusantara Culinary Culture*

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Predikatnya sebagai Kota Budaya, Kota Pelajar dan Kota Wisata turut menambah hiruk-pikuknya Jogja yang dijadikan destinasi oleh para pendatang, baik itu untuk menimba ilmu atau sekedar berwisata. Nama besarnya sebagai 'Kota Pelajar' juga terbukti dengan banyaknya sekolah-sekolah maupun perguruan tinggi yang tersebar dimana-mana. Tempat-tempat pendidikan itu tiap tahunnya akan menyedot anak didik baru dari berbagai daerah, dan itu belum termasuk warga lokalnya. Faktor ini menyebabkan Jogja banyak dihuni oleh anak muda.

Makan merupakan kegiatan biologis manusia, namun juga tak terlepas dari gaya hidup, hal ini dilihat jeli oleh para pengusaha kuliner yang mengincar anak muda di Jogja sebagai target pasarnya. Mereka mengikuti *Insight* anak muda di Jogja, memilih segmen tertentu dan mengaplikasikannya pada usaha kulinernya. Berbagai cara dilakukan guna menarik minat pengunjung, dan media sosial di internet turut berperan aktif disini.

Kebanyakan dari anak muda yang mengunjungi tempat makan sekelas cafe atau yang berkelas menengah ke atas memiliki kebiasaan tak bisa lepas dari *gadget*nya. Disana mereka juga mengakses media sosial yang didalamnya sering terdapat "canda visual", dan komik strip salah satunya. Kemudian mereka memposting pengalamannya di tempat tersebut ke media sosial internet agar diketahui orang-orang dalam lingkungannya, inilah salah satu *Insight* anak muda, *eksistensi* sebagai wujud 'pengakuan' dalam pergaulan. Di Jogja, belum ada tempat kuliner yang menggunakan komik strips sebagai media pendukung promosi guna menarik minat pengunjung yang juga sekaligus sebagai sarana komunikasi untuk menjembatani anak muda dengan pengetahuan tentang kuliner. Secara tak langsung, dari segi periklanan hal ini adalahlah "promosi gratis". Karena Semakin banyak yang membicarakan, maka semakin "nge-Hits" lah suatu tempat, yang akan membuat orang berbondong-bondong mengunjunginya.

Sebuah kelompok usaha “BANYUMILI GROUP Yogyakarta-Sidoarjo-Malang-Surabaya” hendak membuka sebuah Resto Keluarga sekaligus Toko Bahan Pangan ber-nama “MERDESA” yang menggunakan slogan “Lokal-Sehat-Barokah”. Target pasar nya adalah anak muda, keluarga baru, dan wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Berlokasi di Jl. DI-Panjaitan No.10, Kumendaman, Yogyakarta. Lokasinya dekat dengan alun-alun selatan dan plengkung gading yang merupakan *heritage* Jogja. Dengan komoditas makanan dan minuman *Halal*, Merdesa memiliki konsep sajian berbahan lokal, *Comfort Food*, *Java-Nusantara & Asian Fusion Cuisine*. Ciri khas dari sajian Resto ini adalah *Java-Asian Spicy*, penuh rempah, berbahan segar dan sehat. Image yang ingin ditampilkan di masyarakat adalah sesuatu yang alami, natural, sederhana, ber-tradisi, dan ‘biasa’ namun berkualitas. Di bagian depan Merdesa Resto juga terdapat toko bahan pangan yang masih menjadi satu bagian dengan resto nya. Disini dijual bahan pangan berkualitas sekaligus bahan baku dari menu yang disajikan di resto. Ada juga tempat khusus kopi yang menyajikan berbagai kopi Nusantara.

Karena Resto ini masih baru buka, maka dibutuhkan media promosi untuk menyampaikannya kepada masyarakat. Salah satu alternatif media yang dipilih sebagai pendukung promosi ini adalah komik strips. Karena komik mempunyai kekuatan tersendiri yang tidak dimiliki media lain, salah satunya dapat menyampaikan pesan verbal dan visual sekaligus, tanpa terbatas durasi dan merangkumnya dalam sebuah cerita yang menghibur. Karena anak muda lebih suka dihibur daripada di edukasi, cara ini dianggap lebih menyenangkan untuk mengedukasi dan juga “promosi terselubung”. Kemudian komik ini dibuat dalam dua versi, media yang *unconventional* seperti kaos, *totebag*, papan kayu dan lain-lain, serta versi digital yang nantinya disebar secara viral melalui internet. Selain sebagai sarana edukasi dan “promosi terselubung”, komik ini juga dapat dijadikan sebuah cinderamata yang khas ketika orang berkunjung ke tempat ini. Diharapkan komik ini dapat menjadi daya tarik tersendiri, dan menciptakan USP (*Unique Position Seling*).



## **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana merancang komik Wisata kuliner untuk “Merdesa resto & Toko bahan pangan” dengan pendekatan Desain Komunikasi Visual, Antropologi dan Gastronomi yang diterapkan pada unconventional media dan sebagai cinderamata sekaligus media pendukung promosi?

## **C. Batasan Masalah**

Perancangan komik strips ini dibatasi sebagai media pendukung Promosi “MERDESA” melalui *Merchandise* atau disebar secara viral. Pendekatan ilmu kuliner pada perancangan komik ini dibatasi pada sejarah, tips penyajian, dan juga dengan metode pembandingan antara budaya kuliner daerah lainnya. Sedangkan sisi edukasi yang dimaksudkan disini terbatas pada penyampaian pengetahuan umum tentang budaya kuliner.

## **D. Manfaat dan Tujuan Perancangan**

Manfaat perancangan ini bagi Merdesa Resto adalah Sebagai media pendukung dari kegiatan branding dan promosi. Selain itu juga sebagai media pembangun *brand images* dan *reminding* kepada masyarakat melalui komik viralnya dan juga cinderamatanya. Hal ini diharapkan menjadi daya tarik bagi orang yang belum pernah mengunjungi Merdesa baik itu orang jogja sendiri atau wisatawan dari luar Jogja. Sedangkan bagi Masyarakat Diharapkan dapat memunculkan pengetahuan baru tentang kuliner, sehingga dapat lebih bijak dalam menanggapi perbedaan budaya yang dalam hal ini dipandang dari perspektif kuliner.

## **E. Metode Perancangan**

Agar perancangan ini bisa menyampaikan pesan dengan baik dalam proses komunikasi visual, maka diperlukan data-data pendukung yang valid sebagai landasan dan acuan. Metode perancangan yang digunakan pada perancangan ini adalah :

1. Metode pengumpulan data

- a. Mencakup pencarian data kepustakaan: kepustakaan dari berbagai sumber pustaka dan literatur dari berbagai media baik cetak maupun internet yang dapat mendukung perancangan ini.
- b. Wawancara : mewawancarai narasumber dari pihak-pihak terkait guna memperoleh data yang dibutuhkan.
- c. Pengamatan : mengamati dan studi kasus dari tempat-tempat lain sebagai referensi tema cerita yang akan di-Komik-kan

2. Metode analisis data

Analisis data disini menggunakan metode analisis 5W+1H sebagai dasar objek perancangan untuk menerangkan jenis kuliner apa, kapan, dimana, siapa, mengapa, dan bagaimana beserta kekuatan dan kelemahan yang kemudian akan diangkat dalam tema komik.

3. Tahap perancangan

- a. Mencari informasi dan referensi sebanyak-banyaknya guna mendukung proses perancangan.
- b. Pengumpulan data visual dan verbal terkait tema perancangan.
- c. Pembuatan konsep, alur cerita dan media planning yang sesuai untuk diaplikasikan.
- d. Proses kreatif + olah data.
- e. Sketsa kasar + paneling.
- f. Produksi + *finishing*.



## PEMBAHASAN DAN VISUALISASI

### A. Tahap Riset

Menurut McCloud (2001:20) Komik adalah gambar yang terjuktaposisi dalam urutan tertentu, yang bertujuan untuk memberikan informasi atau untuk mencapai tanggapan estetis dari para pembaca. Komik memanfaatkan ruang dalam media gambar untuk meletakkan gambar demi gambar sehingga membentuk alur cerita. Sebenarnya komikus hendak menyampaikan sesuatu kepada khalayak melalui media tersebut.

Will Eisner mengatakan dalam bukunya *Comic and Sequential Art* yang dibuat tahun 1986 mendefinisikan komik sebagai Sequential Art yaitu susunan gambar dan kata-kata untuk menceritakan sesuatu atau mendramatisasi suatu ide. Kemudian buku "*Komik: Dunia Kreatif Tanpa Batas*" (Maharsi :2011:7) menyampaikan, komik merupakan bentuk komunikasi visual yang mempunyai kekuatan menyampaikan informasi yang mudah dimengerti. Dalam hal ini Bonnef berpendapat komik digolongkan dalam dua kategori, yaitu komik bersambung atau *comic strips* dan buku komik atau *comic books*. Komik strip ini menurut Boneff tergolong dalam komik intelektual. (Bonnef 1998:9).

Dalam perkembangannya, komik kini digunakan sebagai media promo dengan tetap menampilkan manifestasi citra produk kedalam cerita. Salah satu kekuatan komik dalam menyampaikan pesan, yaitu komik mampu menumbuhkan imajinasi dan pandangan yang terus berkembang pada orang yang beragam. Biasanya komik promosi ini berjenis Kartun Komik Strip, dimana cerita langsung tamat pada saat itu juga dan menceritakan tentang benefit dari produk yang dipromosikan dengan bahasa yang lugas, kadang bersifat humor.

Disebutkan dalam About Indonesian food, SBS Australia Pada 6 September 2013, Keberagaman masakan Indonesia merupakan salah satu tradisi kuliner yang terkaya di dunia dan penuh dengan cita rasa khas yang kuat. Membahas kuliner tradisional Indonesia sangatlah luas, belum lagi aspek-aspek yang turut serta didalamnya, karena setiap masing-masing daerah

di Indonesia memiliki berbagai macam kuliner khas yang beraneka-ragam. Kekayaan jenis masakan ini merupakan cermin keberagaman budaya serta tradisi Nusantara yang terdiri dari sekitar 6.000 pulau berpenghuni dan terwakili oleh 300 suku bangsa. Dalam buku Antropologi Kuliner Nusantara terbitan Tempo tahun 2015 William Wongso sang pakar kuliner mengatakan: *“pada dasarnya tidak ada satu bentuk tunggal yang bisa disebut masakan Indonesia, tetapi lebih kepada keanekaragaman masakan daerah lokal”*.

Menjelang akhir tahun 2012 menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Mari Elka Pangestu mencanangkan 30 Ikon Kuliner Tradisional Indonesia dari seluruh daerah. Hal ini dimaksudkan untuk menguatkan kesadaran akan kekayaan budaya kuliner Indonesia, melestarikannya, serta mempromosikannya ke ranah global (100 Mak Nyus! Masakan tradisional Indonesia, 2013: xv).

## **B. Tahap Perancangan**

### **1. Konsep Komunikasi**

Konsep komunikasi pada perancangan Komik Strip ini adalah untuk menyampaikan edukasi tentang kuliner dalam bentuk pengetahuan umum selain sebagai hiburan karena cerita yang dikemas secara komedi. Selain itu, komik ini juga difungsikan sebagai media pendukung promosi dari Merdesa Resto. Untuk membangun komunikasi kepada target audience maka strategi komunikasi yang dipakai dalam perancangan ini menggunakan prinsip AISAS (Attention, Interest, Searching, Action, Share) sebuah model yang dikembangkan oleh agency Dentsu sejak tahun 2004.

### **2. Konsep media**

Perancangan ini akan menggunakan Komik strip kartun sebagai sarana komunikasi menyampaikan pesan. Sebagai media *Show off*-nya, komik akan dibuat dalam dua versi. Komik digital yang di viral-kan pada media online dan juga komik *unconventional* media sebagai cinderamata. Komik ini sengaja menggunakan warna hitam dan putih untuk mempermudah pengaplikasian saat diterapkan di *unconventional* media.

## 2.Konsep Kreatif

Tujuan dalam perancangan ini adalah untuk memberi pengetahuan kepada masyarakat tentang Akulturasi budaya kuliner bangsa-bangsa yang dapat dikaji melalui ilmu Antropologi dan Gastronomi, yang kemudian disampaikan melalui komik, khususnya komik strip kartun yang disajikan dalam dua versi, kemudian diarahkan sebagai media pendukung promosi dari Merdesa Resto.

Isi pesan dalam perancangan komik strip ini mengenai Antropologi Kuliner Nusantara, 30 Ikon Kuliner Nusantara yang ditetapkan pemerintah dan juga kuliner yang tercantum dalam menu di Merdesa Resto. Beberapa pengetahuan umum dan berbagai tips tentang kuliner juga akan turut disertakan. Karena Merdesa Resto berada di Jogja, maka komik dikemas dengan gaya komunikasi santai keseharian ala Jogja, dengan menggunakan seting tempat di Jogja. Hal ini juga untuk mengangkat kultur lokal Jogja.

Tema besar komik ini adalah wisata kuliner, bergenre komedi. Pengalaman mencicipi beragam kuliner dari penjuru Nusantara yang luas kemudian dianalogikan seolah-olah sedang berpetualang dalam hal Citarasa. Judul komiknya adalah "AJAJAN BERTUALANG", jajan beraneka makanan dan bertualang dalam cita rasa. Komik ini bercerita tentang misi yang diberikan seorang paman pemilik resto kepada dua anak didiknya bernama Ahmed dan Zaen untuk menemani Louis. Seorang wisatawan asing warga negara Perancis, kawan dari paman tersebut yang hendak berwisata kuliner dengan seting tempat di Jogja. Si *bule* sedang melakukan studi dan observasi tentang kebudayaan kuliner di Indonesia, dia ingin tahu latar belakang dari berbagai sajian. Dari sinilah, petualangan duo bengalbersahabat itu dan seorang *bule* dimulai.

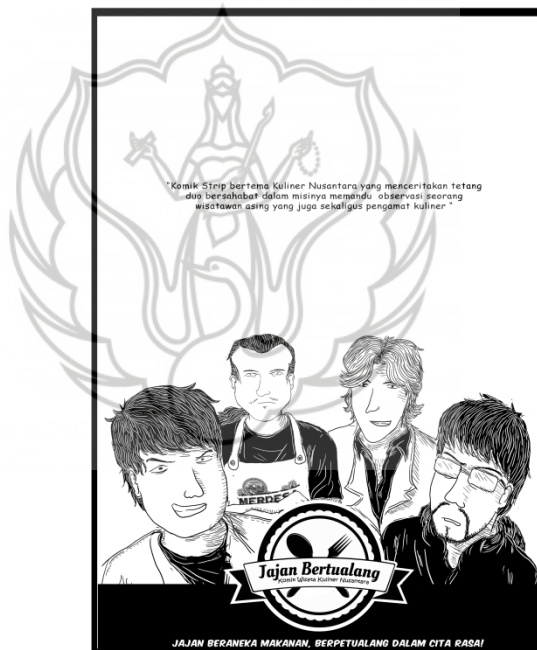
## C. Visualisasi

### 1. Final Desain Komik

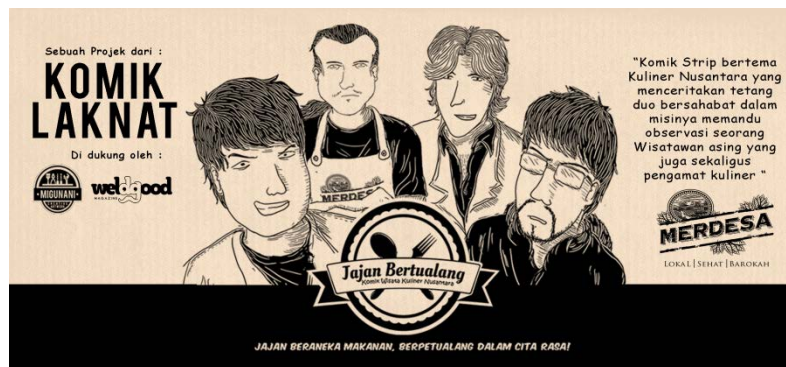
#### a. Logo Judul



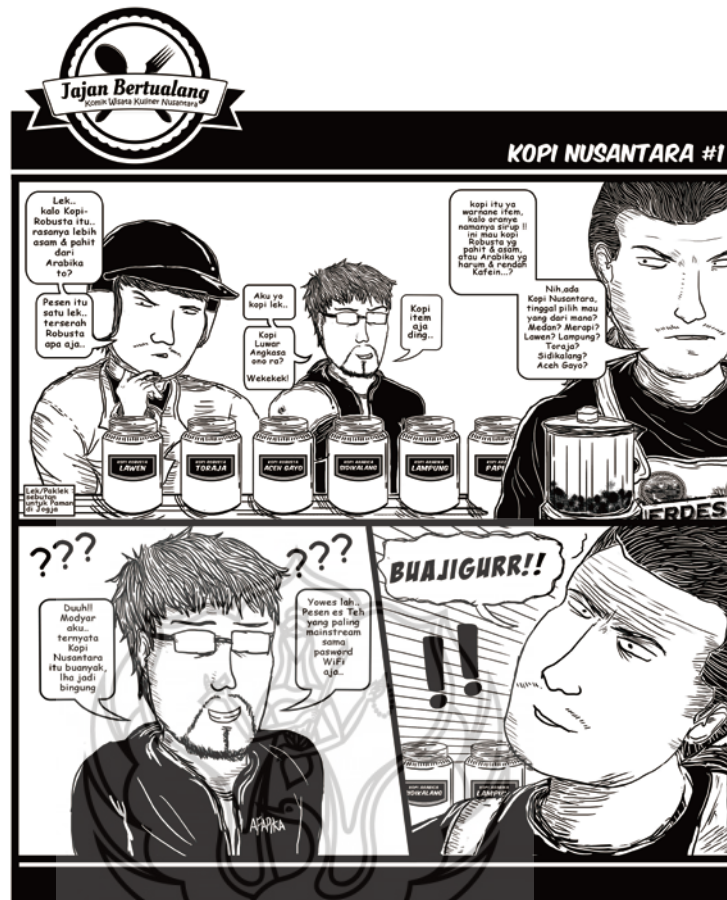
#### b. Poster Komik



#### c. Poster untuk media partner



#### d. Contoh Komik Versi Digital 1

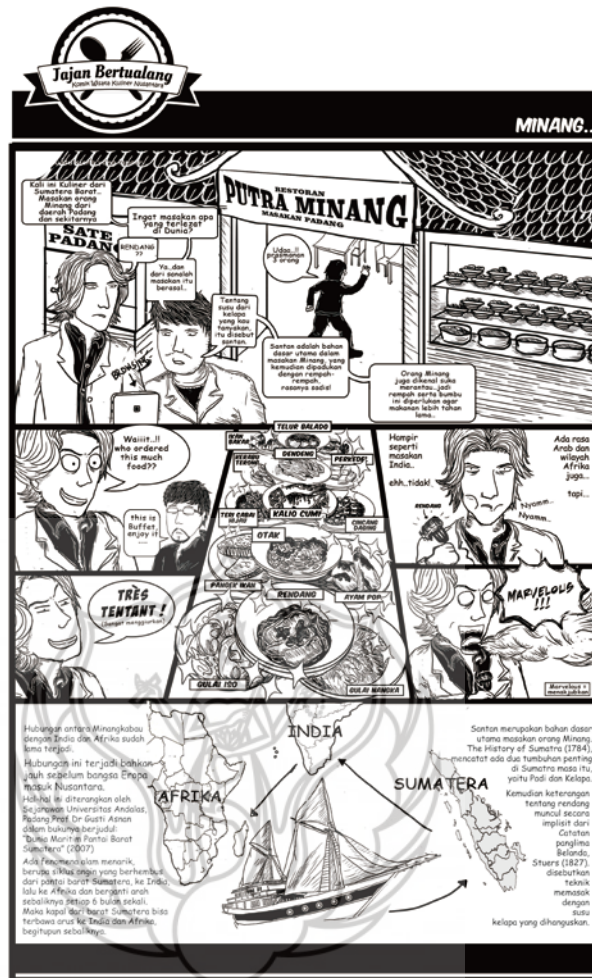


### e. Contoh Komik Versi Digital 2

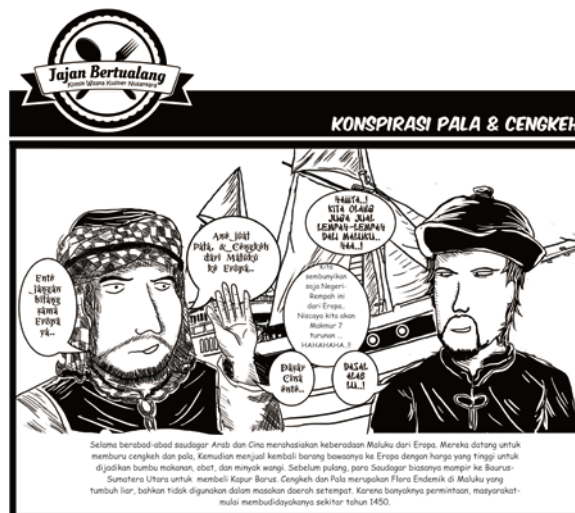




f. Contoh Komik Versi Digital 3



g. Contoh Komik Versi Digital 4

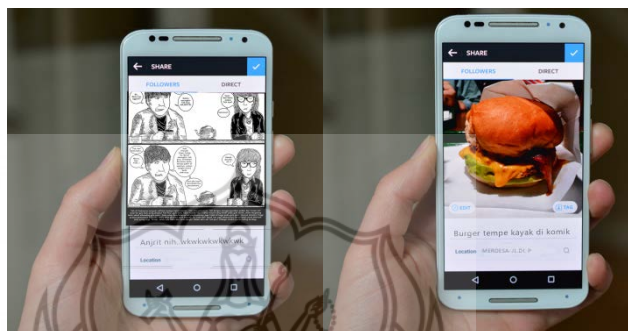
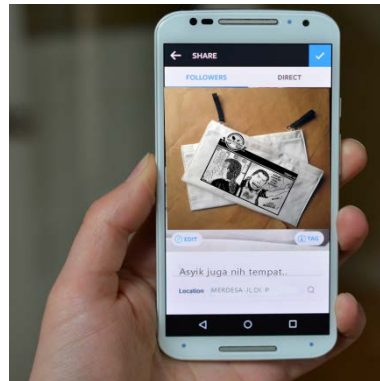




## h. Contoh Komik Versi *Unconventional Media*



## 2. Media Sosial Sebagai Media Pendukung



#### D. Media Pendukung Pameran Tugas Akhir

## 1. Poster Pameran



## 2. Katalog Pameran



## E. Kesimpulan

Dari perancangan ini dapat disimpulkan bahwa dibalik setiap sajian kuliner terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi dalam pembentukan suatu Cita rasa-nya. Hal ini dapat dikaji dalam beberapa cabang ilmu sosial yang saling berkaitan. Melalui Antropologi dijelaskan hubungan antar manusia hingga membentuk suatu budaya. Kemudian hubungan antar budaya dapat dikaji melalui Etnologi, cabang dari Antropologi. Sedangkan dalam hal makanan, ada ilmu bernama Gastronomi, yang mencakup tentang Kuliner. Pembahasan Gastronomi bercabang lagi menjadi dua, secara ilmu pengetahuan sosial dan ilmu pengetahuan alam.

Banyak fakta-fakta menarik dibalik setiap sajian kuliner Indonesia yang tidak ada salahnya untuk diketahui guna menambah pengetahuan dan memperluas wawasan. Cita rasa adalah hasil dari budaya kuliner, sedangkan enak atau tidaknya suatu makanan adalah selera, dan selera tidak bisa diperdebatkan. Namun, bukan berarti bisa *men-judge* seenaknya sendiri, karena selera itu masih dipengaruhi oleh persepsi, sedangkan persepsi dipengaruhi oleh pengetahuan, wawasan, dan pengalaman. Orang dengan pengetahuan dan wawasan yang lebih luas akan lebih bijak dalam berpersepsi, begitu juga dengan selera dalam menilai suatu cita rasa. Sehingga dapat lebih menghargai perbedaan dalam keberagaman Indonesia.

Menyampaikan pengetahuan tentang makanan yang disisipkan pada hiburan dengan menceritakannya lewat komik komedi adalah hal yang menarik. Karena pada dasarnya orang lebih suka dihibur daripada diajari. Terlebih lagi, komik memang mempunyai kekuatan tersendiri dalam menyampaikan pesan. Mengambil tema tentang kuliner Nusantara ternyata terlalu luas, karena kebudayaan kuliner bangsa Indonesia terlalu beragam. Diperlukan batasan untuk membaginya lagi dalam beberapa pembahasan. Maka dalam perancangan ini digunakanlah komik berjenis strip yang mampu merangkum suatu pembahasan pada sebuah tema dengan sekali baca, sehingga memudahkan kesan membosankan. Ditambah lagi *Show-off* nya pada media yang *unconventional*, hal ini merupakan nilai lebih yang dapat memberikan kesegaran, memberi pandangan baru bahwa komik tak hanya

berwujud buku, sehingga menarik minat pembaca. Namun kelebihan pada komik strip ini sekaligus menjadi kekurangannya, karena keterbatasan ruang yang tersedia, maka informasi yang bisa disampaikan pun ikut terbatas. Pada versi digitalnya yang disebar secara viral melalui sosial media di internet, dirasakan cukup ampuh jika *target audience* nya adalah anak muda. Internet tidak terbatas ruang-waktu, dan anak muda sekarang dekat dengan internet. Disana mereka mengakses sosial media, dan tak jarang di sosial media mereka juga membaca komik online. Disamping itu, karena perancangan komik strip ini sebenarnya “promosi terselubung” dari Merdesa Resto yang membidik target anak muda Jogja dan wisatawan, maka hal ini dapat membangun *Brand Images* serta menciptakan USP (*Unique Position Seling*).





## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Bonneff, Marcell. (2008), *Komik Indonesia*, Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Maharsi, Indiria. (2011), *Komik: Dunia Kreatif Tanpa Batas*, Yogyakarta: Penerbit Kata Buku.
- McCloud, Scot. (2001), *Understanding Comics*, Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Richards, Greg. (2011), *Routledge Advances in Tourism: Tourism and Gastronomy*, Routledge.
- Soenardi, Tuti & Tim Yayasan Gizi Kuliner. (2013), *Teori Dasar Kuliner*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Tempo. (2015), *Antropologi Kuliner Nusantara*, Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Winarno, Bondan. (2013), *100 Mak Nyus: Makanan Tradisional Indonesia*, Jakarta: Penerbit PT Kompas Media Nusantara.

### Jurnal :

- Alkatiri, Zeffry. (2005), “iklan lampau indonesia dalam wujud komik, analisis bahasa dan grafis”, *Wacana, Jurnal ilmu dan budaya-Nasionalisme dan penafsiran*. vol.7 no 1: 65-66.
- Putra, Pandu Titus (2011), “Taman Kuliner di Sleman”, *SI thesis, e-Journal Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.

### Pertautan :

- Kementrian Pariwisata <http://www.parekraf.go.id/asp/detil.asp?c=16&id=2101>  
(Diakses 30 April 2015/ 11:08 WIB)